mediametrie

Levallois, le 26 octobre 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Septembre 2007

Plus de 10 millions de Français ont visité au moins un site de sport en septembre 2007

Source : Médiamétrie//NetRatings - Domicile et Lieu de Travail - France - Applications Internet incluses - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Au mois de septembre 2007, 10 963 000 Français ont visité au moins un des sites appartenant au secteur du Sport, soit une progression de 34% en un an. Boostés par la Coupe du Monde de Rugby 2007, ces sites de sport progressent également en termes d'usages. En effet les Français ont passé au total 9 millions d'heures sur ces sites en septembre 2007 contre 6 millions d'heures en septembre 2006, soit une augmentation de 45% en un an.

	Septembre 2007	Septembre 2006	Evolution
Nombre de Visiteurs Uniques de la sous-catégorie Sport	**10 963 000**	8 164 000	+ 34%
Nombre total d'heures passées sur les sites de la sous-catégorie Sport	**9 066 000**	6 270 000	+ 45%

29,6 millions d'internautes[(1)] en France

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Septembre 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En septembre 2007, 29 612 000 Français âgés de 11 ans et plus, soit 56,3% de la population âgée de 11 ans et plus, se sont connectés à Internet au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 6% en un an de septembre 2006 à septembre 2007.

	Septembre 2007	Septembre 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**29 612 000** **soit 56,3% des Français**	28 046 000 Soit 53,7% des Français	+ 6%

94% des internautes à domicile sont connectés en haut débit

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Septembre 2007 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

23 010 000 internautes, soit près de 94% des internautes à domicile (93,9%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 19% par rapport à septembre 2006, soit une augmentation de 3 722 000 internautes en un an.

	Septembre 2007	Septembre 2006	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**23 010 000** **soit 93,9% des internautes domicile**	19 288 000 Soit 88,6% des internautes domicile	+ 19%

Plus de 12 millions de foyers français ont accès à Internet

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 3ème Trimestre 2007 - Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 3ème trimestre 2007, plus de 12 millions de foyers (47%) ont accès à Internet, contre 10,9 millions (42,6%) au 3ème trimestre 2006 soit une progression de 1 250 000 foyers (+11%) par rapport au 3ème trimestre 2006.

	3ème trimestre 2007	2ème trimestre 2007	3ème trimestre 2006
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**12 131 000** **soit 47,0 % des foyers**	12 022 000 soit 46,6 % des foyers	10 881 000 soit 42,6 % des foyers

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Septembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 762 000
2	MSN/Windows Live	15 510 000
3	Orange	15 168 000
4	Free	14 664 000
5	PagesJaunes	11 373 000
6	Yahoo!	11 237 000
7	eBay	10 146 000
8	TF1 Network (5)	10 054 000
9	Microsoft	9 269 000
10	Wikipedia	8 963 000
11	Voila	7 962 000
12	Mappy	7 831 000
13	L Internaute Magazine	7 811 000
14	YouTube	6 576 000
15	Lycos Europe	6 507 000
16	01net. Network (5)	6 199 000
17	aufeminin.com Network (5)	6 056 000
18	Skyrock Network (5)	6 036 000
19	Fnac	5 989 000
20	AOL Media Network (5)	5 736 000
21	Doctissimo Network (5)	5 717 000
22	Dailymotion	5 402 000
23	Groupe 3SI	5 357 000
24	Bestofmedia Network (5)	5 309 000
25	Cdiscount	5 220 000
26	ViaMichelin	5 213 000
27	La Redoute	5 135 000
28	Amazon	5 023 000
29	PriceMinister	4 957 000
30	voyages-sncf.com	4 920 000

Le Top 30 des sites les plus visités en France

Tous lieux de connexion

Applications Internet incluses (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Septembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 789 000
2	MSN/Windows Live	18 280 000
3	Microsoft	15 928 000
4	Orange	15 726 000
5	Free	14 664 000
6	Yahoo!	11 549 000
7	PagesJaunes	11 373 000
8	eBay	10 148 000
9	TF1 Network (5)	10 054 000
10	Wikipedia	8 963 000
11	Voila	7 962 000
12	Mappy	7 831 000
13	L Internaute Magazine	7 811 000
14	AOL Media Network (5)	7 427 000
15	YouTube	6 576 000
16	Lycos Europe	6 507 000
17	01net. Network (5)	6 199 000
18	aufeminin.com Network (5)	6 056 000
19	Skyrock Network (5)	6 039 000
20	Fnac	5 989 000
21	eMule	5 735 000
22	Doctissimo Network (5)	5 717 000
23	Dailymotion	5 402 000
24	Groupe 3SI	5 357 000
25	Bestofmedia Network (5)	5 309 000
26	Cdiscount	5 220 000
27	ViaMichelin	5 213 000
28	La Redoute	5 135 000
29	Apple	5 127 000
30	Amazon	5 023 000

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service

Tous lieux de connexion

Applications Internet exclues (2)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Septembre 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (3)	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion (4)
1	Google	22 762 000
2	MSN/Windows Live	15 510 000
3	Orange	15 168 000
4	PagesJaunes	11 373 000
5	Yahoo!	11 237 000
6	TF1 Network (5)	10 054 000
7	Voila	7 962 000
8	Mappy	7 831 000
9	L Internaute Magazine	7 811 000
10	YouTube	6 576 000
11	Lycos Europe	6 507 000
12	01net. Network (5)	6 199 000
13	aufeminin.com Network (5)	6 056 000
14	Skyrock Network (5)	6 036 000
15	AOL Media Network (5)	5 736 000
16	Doctissimo Network (5)	5 717 000
17	Dailymotion	5 402 000
18	Groupe 3SI	5 357 000
19	Bestofmedia Network (5)	5 309 000
20	La Redoute	5 135 000
21	Alice	4 918 000
22	commentcamarche.net	4 739 000
23	M6 Network (5)	4 447 000
24	AlloCine	4 358 000
25	France Televisions	4 201 000
26	LeGuide.com Network (5)	3 583 000
27	Clubic.com	3 419 000
28	Prisma Presse (G+J) Network (5)	3 176 000
29	Le Monde	3 040 000
30	Le Figaro	2 660 000
31	CANAL +	2 543 000
32	Cityvox	2 371 000
33	SFR	2 350 000
34	Caradisiac	2 182 000
35	Le Journal du Net	2 108 000
36	Alapage	2 036 000
37	Boursorama Network (5)	2 001 000
38	RATP	1 958 000
39	Shopping.com Network (5)	1 759 000
40	Groupe Express-Expansion Network (5)	1 672 000
41	RTL Network (5)	1 603 000
42	nouvelobs.com	1 561 000
43	lastminute.com Network (5)	1 491 000
44	20 minutes	1 481 000
45	ZDNet	1 428 000
46	Evene.fr	1 384 000
47	Magicmaman.com NetWork (5)	1 337 000
48	Liberation	1 266 000
49	Lacentrale.fr	1 258 000
50	CNET Networks (5) Entertainment	1 213 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[1] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux [6] (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels que les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[2] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[3] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[4] **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[5] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[6] **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie sont la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et multimédia.

Les Observatoires Numériques regroupent les études suivantes :

- La Référence des Équipements Multimédias fournit une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français : équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès Internet.
  Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.

- L'Observatoire des Usages Internet et Téléphonie & Services Mobiles, suit l'évolution de la population internaute et de la population mobile et étudie en détail les usages en matière d'Internet et de téléphonie mobile des Français.
  Réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

- En complément de l'Observatoire des Usages Internet, les études « Web 2.0 » et « Achat numérique » analysent en profondeur les nouveaux usages Web 2.0 (blogs, flux RSS, podcast,...) et l'impact d'Internet sur l'achat et les marques.

- Les 30 Chiffres Clés de l'Internet pour mieux connaître et appréhender le média Internet, en accédant rapidement et facilement, tous les trimestres, aux indicateurs structurants du média. Les 30 Chiffres Clés sont également déclinés sur des cibles (Femmes, Seniors, etc) ou des secteurs d'activités (Immobilier, Emploi, etc).

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

C/ La Mesure d'Audience de l'Internet Tous Lieux de Connexion en France

Médiamétrie//NetRatings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexion. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion (6), en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette extension aux autres lieux de connexion est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie qui s'appuie sur trois sources d'informations :

- Le panel Médiamétrie//NetRatings qui fournit l'audience de référence des sites Internet depuis le domicile et / ou le lieu de travail,
- L'Observatoire des Usages Internet qui définit la taille, le profil sociodémographique et la fréquence de connexion de la population internaute par lieu de connexion,
- Une enquête de cadrage spécifique (adossée au terrain de l'Observatoire des Usages Internet) qui détaille les grands usages Internet par lieu de connexion.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2007, Médiamétrie devrait réaliser un chiffre d'affaires de plus de 47 M€ (e) avec un effectif de 350 personnes. L'entreprise investit plus de 10% de son chiffre d'affaires en Recherche et Développement.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise la mesure d'audience de référence de l'Internet en France.

Pour toute information presse contacter :

Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26
E-mail : losmanian@mediametrie.fr

www.mediametrie.fr